

Eins und eins ist weniger als zwei

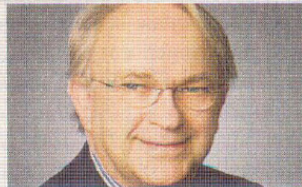
Zum Beginn der Internationalen Funkausstellung in Berlin am kommenden Freitag wird der Branchenverband BITKOM nichts weniger als eine „Zeitenwende“ verkünden, so dessen Präsidiumsmitglied Ralph Haupter, im Hauptberuf Chef von Microsoft Deutschland. Und dies ist mit der Zeitenwende gemeint: Für das laufende Jahr 2011 wird erwartet, dass der Umsatz mit internetfähigen Fernsehgeräten den Umsatz mit herkömmlichen Empfangsgeräten übersteigt.

Das ist sicher erfreulich für die Gerätehersteller; denn nach allerlei Schnickschnack ist die Internetverbindung eines TV-Geräts nach der Erfindung des Flachbildschirms endlich einmal wieder eine signifikante technische Verbesserung. Also ein Grund, ein neues Gerät zu kaufen, auch wenn das alte noch bestens funktioniert. Noch allerdings ist das Internet im hei-

mischen Pantoffelkino nur auf der Schmalspur zu haben: entweder sehr eingeschränkt oder sehr mühevoll. Die eine Einschränkung kommt von den Geräteherstellern: sie haben nur einige Voreinstellungen wie Zugang zu Mediatheken

FORUM MEDIEN

Werner Schwaderlapp über internetfähige Fernseher



oder YouTube einigermaßen nutzerfreundlich konfiguriert. Die andere Einschränkung setzen die Fernsehsender: sie bieten auf ihrem Standard HbbTV den Internet-Ausschnitt, der ihnen als Pro-

grammbegleitung gefällt und Wettbewerb begrenzt. Ansonsten ist der Internet-Zugang sehr mühevoll, denn das Eingeben einer Internetadresse – falls überhaupt möglich – erfordert mit der Fernbedienung Engelsgeduld.

Wer also TV und Internet umfassend nutzen will, braucht noch für längere Zeit den TV-Flachbildschirm vor sich an der Wand und den Laptop oder das iPad neben sich auf der Couch. Eine „Zeitenwende“ wird erst kommen, wenn auf einer wirklich neuen Generation von Endgeräten Internet bequem, intelligent und lesefreundlich abgebildet wird, wenn also eins und eins (Fernsehen und Internet) mindestens zwei ist – oder mehr. Noch ist eins und eins weniger als zwei.

Werner Schwaderlapp ist Professor für Medienmanagement an der Hochschule Fresenius in Köln.